السنة السابعة
العدد الحادي والعشرون
نوفمبر
(تشرين الأول)
١٩٩٩

خلاصات
كتب المدير و رجل الأعمال

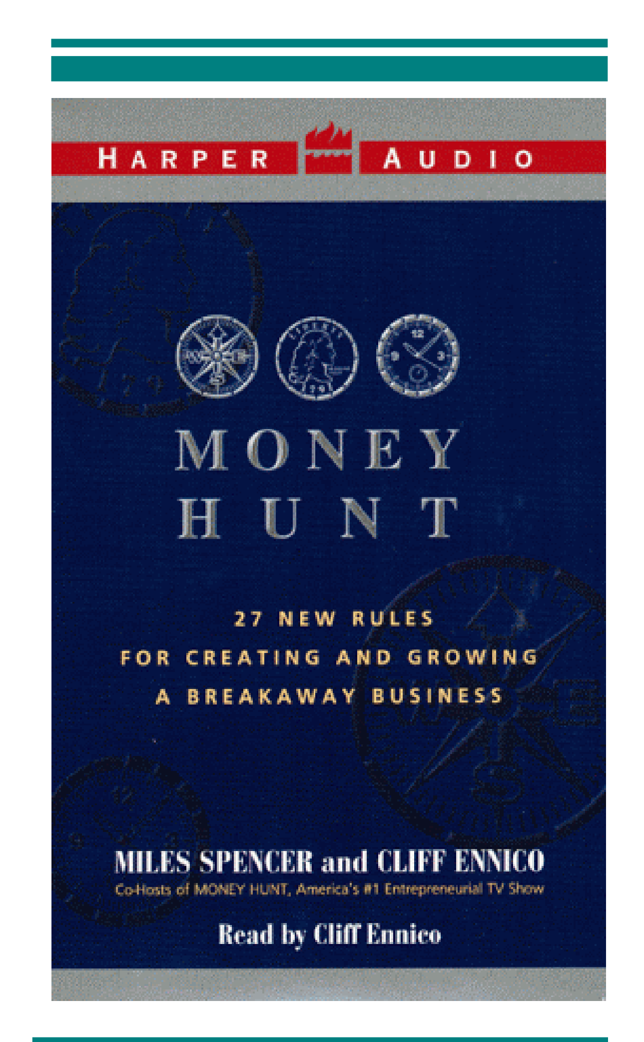
إصدار الشركة
العربية للإعلام
العلمي (شعاع)
القاهرة
ج.م.ع

www.edara.com

طلب الثروة:

قواعد جديدة لكسب المال وتنمية الأعمال

تأليف: مايلز سبنسر و كليف أنيكو



المستقبل يبدأ اليوم

يقال بأن المجتمع المريض هو المجتمع الذي تركز الخدمات الصحية والأبحاث الطبية فيه على شفاء المرضى. أم المجتمع الصحي فهو الذي تركز فيه الأبحاث الطبية والسياسات الصحية على الوقاية والتوعية لمنع انتشار الأمراض. ويمكننا أن ننهج نفس السبيل في عالم الأعمال. فبدلا من التركيز على "كيف نوفر المال ونكتنزه"، دعونا نركز على "كسب المال وابتكاره".

القواعد الجديدة التي نقدمها ليست من بنات أفكارنا. فهي نتاج تجارب أناس واقعيين طلبوا العلا وسهروا الليالي، واخترقوا عالم المثاليات وعاشوا الواقع بكل إيجابياته وسلبياته. وفي عالم الأعمال، نحن لا نعمل بالقطعة، ولا نعيش مستقبلنا يوما بيوم. فالحياة لعبة، ولا يوجد لاعب أو فريق يكسب كل مبارياته. المهم هو أن نكسب أكثر مما نخسر. فتكون النتيجة مكسبا في النهاية.

يحجم أغلب الناس عن إنشاء مشروعاتهم لأنهم يخافون الفشل. والحقيقة أن هذه مفارقة عجيبة. فعدم إنشاء المشروعات هو فشل أيضا. النجاح والفشل أمران واردان. وما دمت ستفشل في كل الأحوال، فلماذا لا تحاول؟

كل الناس يخافون نقطة البداية. لكن الخوف دافع إيجابي لمن يدرك طبائع الأمور. وهناك دائما قرارات يجب أن تتخذها، وخيارات يجب أن تفاضل بينها. والقرارات التي تصنعها اليوم هي التي ستصنعك غدا. فإذا ما أردت أن تبدأ مغامرتك، فلا وقت هناك لكي تضيعه. فالمستقبل يبدأ اليوم، وليس غدا.

قاعدة ١: لا بأس بجرعة صحية من القلق.

من الخرافات الشائعة بشأن أولئك الذين يتركون وظائفهم ويتجهون للأعمال الحرة، أن هؤلاء يملكون زمام أمورهم ومصائرهم، ولكن الحقيقة على النقيض من ذلك. فكل رجال الأعمال يشعرون بعدم الأمان بشأن من يكونون وماذا يفعلون. فهناك دافعان عظيمان فقط في عالم الأعمال: الخوف والحماس. الخوف هو الدافع الأقوى والأفضل. فالخوف يقول لك: "من خاف سلم"، فيرد عليه الحماس: "ومن سار على الدرب وصل."

لكن الجميل في هذه الحياة، أن التوقف لا ينهي الخوف، بل يزيده.

وما دمت ستخاف في كل الأحوال. فمن الأفضل أن تخاف وأن تغذ الخطى متقدما في مشروعك. فلكي تحقق النجاح، عليك أن تزرع عدم الشعور بالأمان في داخلك، حتى يتحول القلق إلى عادة.

فما أن تشعر بالرضا عن أعمالك، حتى يصبح ذلك الشعور عادة أخرى، تتطلب علاجا وكفاحا للتخلص منها.

فمن الجميل أن تقلق دائما. لكن الأجمل هو أن تحول القلق إلى أفكار وخطط وأفعال ونتائج مستهدفة.

قاعدة ٢: ليس هناك أحد سواك يمكن أن تنحي عليه باللائمة.

إذا كان التمويل محدودا، فستضطر للقيام بكل شيء بنفسك. ستجد نفسك مديرا وسكرتيرا ومسئولا عن التسويق وخدمة العملاء والحسابات أيضا. فإذا ما توفرت لك الاعتمادات المالية وعينت كثيرا من العاملين، فستتحول تلقائيا من دور الموظف الشامل إلى دور (المدير)، وهذه قفزة يخفق كثيرون في أدائها.

إذا حققت النجاح بسرعة، فهناك من سيشيرون إليك بأصابع الاتهام. وإذا ما فشلت وساءت الأمور، فلن يكون هناك كبش فداء غيرك. فأنت الضحية في كل الأحوال، فإما أن تعزل نفسك عن الآخرين وأنت في القمة، وإما أن يعزلك الآخرون في القاع. ففي اللحظة التي تبدأ فيها مشروعك الأثير، ستشعر بالوحدة القاتلة.

ولكن عليك أن تدرك أن هناك مفتاحين لنجاح أي مشروع جديد: أن تجد أسواقا جاهزة لاستقبال منتجاتك، أو أن تصنع سوقك بنفسك لتبيع فيها خدماتك قبل أن يشعر المنافسون بوجودك.

قاعدة ٣: رجال الأعمال الحقيقيون .. متفائلون.

يبدو للوهلة الأولى أن هذه القاعدة تتناقض مع القاعدتين السابقتين. لكن العكس هو الصحيح. فأنت رغم الخوف ورغم العزلة تبقى تحث الخطى في طريقك الخاص. والآن: تخيل كل ما ستحاول فعله في حياتك لو كنت متأكدا مائة في المائة أنك لن تفشل. ثم تأكد أنك لن تفشل إذا ما حاولت وواصلت المحاولة.

في عالم الأعمال عليك في بعض الأحيان أن تسير في طريق لا تعرف أين ينتهي. لأنك لن تجد وقتا كافيا لتحليل الموقف، أو للنظر في الخريطة.

فأنت تعرف طبعا أن كل الأزمات تحدث (الآن). فليس هناك أزمات في الماضي لأن أزمات الماضي صارت مشكلات في الملفات والأرشيف والذاكرة. وليس هناك أزمات في المستقبل، فهذه مجرد توقعات.

فعالم الأعمال يشبه لعبة الشطرنج. فمن ذا الذي يستطيع أن يتنبأ بنتيجة مباراة في الشطرنج من أول حركتين؟

خلاصة القول: ليس أمامك سوى أن تلعب وتواصل اللعب.

قاعدة ٤: تصرف بلا رحمة.

عندما تتأزم الأمور بادر بالهجوم دون هوادة، بغض النظر عن آراء الآخرين، وبغض النظر عما يفعله الآخرون في المواقف المشابهة، ودون الاكتراث

بنتائج تصرفاتك على من حولك. إن عبارة (عديم الرحمة) تعبير مؤدب جدا. انعدام الرحمة لا يعني انعدام الأخلاق. بل يعني عدم التردد في فصل الموظفين غير الأكفاء. كما يعني استغلال نقاط ضعف المنافسين ورفض الاستجابة لطلبات العملاء غير المعقولة.

في كثير من الأحيان تتعرض منشآت تجارية نامية للإخفاق ليس بسبب مشكلات قانونية أو تسويقية أو مالية وإنما لمجرد أن مؤسس الشركة لم يمتلك الشجاعة أو الجرأة الكافية لمواجهة موقف صعب، لأنه كان شديد الحساسية والوسوسة بشأن العواقب أو لأنه بالغ في الاهتمام برأي الآخرين فيه.

إذا كانت كلمة "عديم الرحمة" تزعجك أو تتعارض مع قيمك، فيمكنك استبدالها بكلمة أكثر لباقة مثل: (صعب المراس) أو (شخصية عملية). ولكننا نفضل تعبير (عديم الرحمة) لأنه مدخل أساسي للنجاح. وتكون قرارات الصرامة والحسم مطلوبة أكثر كلما زاد الموقف تأزما، أو إذا لم يعد لديك ما تخسره.

قاعدة ٥: لا تضحي بالأرباح من أجل المظاهر.

عندما نسمع أحد أصحاب المشرعات يقول: "هذا شيء لم يحدث من قبل على الإطلاق" يساورنا الشك بأن هناك سببا وجيها يمنع حدوثه.

ففي غمرة تعجلهم لتكوين الثروة يتجاهل بعض أصحاب المشروعات فرص العمل الواضحة التي يجدونها أمامهم، ويركزون على المشروعات البراقة. ولأنه لا يوجد عمل "مناسب" وعمل "غير مناسب"، فأنت بحاجة للرؤية التي تقول بأن أي شيء يصنع نقودا بطريقة قانونية هو عمل "مناسب".

تحقيق الثراء من خلال العمل في أي شيء، أفضل بكثير من قضاء عمرك في انتظار الفرصة المناسبة التي قد لا تجيء. إذ يعتمد النجاح في الأعمال على الذكاء والإدراك والوعي بالبيئة الخارجية والإصرار أكثر من اعتماده على "ما تعرفه". وما لا تعرفه اليوم يمكن أن تعرفه غدا.

ولن تعرف شيئا معرفة حقيقية إلا إذا خضت غماره وغرقت في بحاره ووصلت إلى قراره.

قاعدة ٦: لا تهدر الوقت في تطوير فكرة عظيمة يستحيل استغلالها تجاريا.

يزخر تاريخ الأعمال بمخترعين وأصحاب رؤى أفذاذ قضوا نحبهم وهم فقراء بعد أن رأوا أفكارهم ترفع أشخاصا آخرين. عندما تطور منتجا أو خدمة جديدة لا يمكنك أن تعمل في فراغ، فأنت بحاجة للحصول على آراء كثيرة في كل مرحلة من مراحل التطوير، لتتأكد من أنك لن تكرس عمرك لفكرة رائعة ستفيد كل الناس إلا أنت.

يقبل المستثمرون على العمل مع أولئك الذين أثبتوا نجاحهم في الماضي، وليس مع الذين يعتقدون أن بإمكانهم النجاح في المستقبل. من الأولى طبعا أن تركز على مشروع يمكن تنفيذه بالموارد المتاحة لديك. فالمال المطلوب لتحقيق فكرة عظيمة لن يأتي من صغار المستثمرين. والمستثمرون العمالقة لا يأبهون إلا بالمشروعات الكبرى، إلا أن المشكلة تكمن في أن هؤلاء العمالقة ربما يرغبون في استغلال الفكرة لحسابهم، وعندئذ لن يتبقى لك (في أفضل الأحوال) سوى أتعاب زهيدة وهامش في كتب التاريخ.

قاعدة ٧: النجاح الذي يحدث بين عشية وضحاها يستغرق عشرين عاما.

يشكل الحظ والمثابرة لأطول مدة ممكنة العناصر الرئيسة في معظم قصص النجاح الواقعية. وحتى عندما تبرز صناعة جديدة إلى حيز الوجود - مثل الإنترنت - يكون النجاح حليف المشروعات الجاهزة للانطلاق مستغلة الصناعة الجديدة. وعاجلا أو آجلا سوف تؤتي الخبرة والمعرفة والصلات الشخصية التي تم اكتسابها على مدى المسيرة المهنية ثمارها.

توجد في كل مشروع مفاتيح أساسية للنجاح، ورغم أنها تكون بسيطة وواضحة عادة، إلا أنها تستغرق في الغالب أعواما قبل أن تظهر، وفي بعض الأحيان يمكن أن يستغرق نجاح مفاجئ عقودا من الزمن.

يمثل الحظ أحد عوامل نجاح المشروعات - وهو الشيء الذي لا ننكره - ولكن الأشياء تتغير سريعا في عالم الأعمال لدرجة تجعل الفرص تختفي من أمامك إذا ظللت واقفا في مكانك.

قاعدة ٨: قدم للسوق وللناس ما يريدونه لا ما تحبه.

صاحب المشروع الذكي هو الذي يوفق بين ما يستطيعه وما يريده من ناحية، وبين ما يحتاجه الآخرون وما يستطيعون شراءه من ناحية أخرى. الناس يشترون ما يريدون شراءه - أو ما يخشون عواقب عدم شراءه، لا يتصرفون بمنطقية وعقلانية وتلك هي طبيعة البشر.

من الأخطاء التي يقع فيها أصحاب المشروعات، تطوير المنتجات التي يحبونها ويحبها أصدقاؤهم ومعارفهم - والواقع أن الأصدقاء نادراً ما ينتقدونك، بل ويخبروك دائما بما تحب أن تسمع.

في أحيان كثيرة يكون من الصعب معرفة ما يريده الناس. فالناس لا يصدقونك القول، إما لأنهم لا يعرفون الأسباب الحقيقية التي تدفعهم للشراء، أو لأنهم معجبون بك ومن ثم يحبون إحراجك.

عليك إذن أن تتملق السوق وأن تلاطفها وتفضي لها بمكنون عقلك، حتى تبوح لك بأسرارها.

قاعدة ٩ : عندما يتدافع الناس للبحث عن الذهب، يكون من يبيع أدوات الحفر أول الفائزين.

بعبارة أخرى، يبلغ الناس حدا أعلى من الثراء وهم يعلمون الناس كيف يصبحون أثرياء.

- فعندما ينتهي بك المطاف في المكان المناسب وفي الوقت المناسب وبالمهارات المناسبة، تصبح حياتك شيقة ومثيرة للاهتمام.
- وفي أي صناعة لا تتحقق الأرباح في النهاية أو أثناء عملية البيع، بل في البداية والوسط ومن الداخل أثناء عمليات التخطيط والتدريب والإنتاج والتسويق.
- قبل أن تغير الأسواق اتجاهاتها، عليك أن تكون جاهزا بوضع الانطلاق لكي تقفز - قبل غيرك - إلى الاتجاه الجديد.
- ابحث عن النجاح وليس عن البريق. فإما أن تنتج وتكسب وإما أن تهدر أموالك لتتصدر أغلفة المجلات.

قاعدة ١٠ : يبدأ كل مشروع ناجح بفكرة عظيمة.

ولكن ليس من الضروري أن تتحول كل فكرة عظيمة إلى مشروع ناجح. يكون أصحاب المشروعات عادة بائعين رائعين، لدرجة أنهم يبيعون أنفسهم، فإن كنت تعتقد أن بوسعك تغيير الطريقة التي تجري بها الأمور في العالم من خلال فكرتك الصغيرة، فلا شك في أنك ستمنى بخيبة أمل كبيرة.

فليست كل الأفكار العظيمة صالحة لتتحول إلى مشروعات ناجحة. السؤال الهام هو: ما الذي سيجعل الناس يشترون هذا؟ وليس: كيف أجعل الناس يشترون هذا؟. ومن لا يستطيع التمييز بين هذين السؤالين سوف ينفق أعواما طويلة ساعيا وراء أفكار ومشروعات غير مجدية.

وبالفطرة يتحمس صاحب المشروع الخاص لأفكاره، مما يدفعه إلى الترويج لها دون انتظار رأي السوق، وهذا خطأ كبير. قبل أن تضع قدميك على أول طريق النجاح في عالم الأعمال، عليك أن تعرف كيف يعمل العالم الواقعي وتكيف خططك وفقا لذلك الواقع. ولا تتوقع أن يعدل الناس سلوكهم وأن تعدل الأسواق سلوكها حتى تصبح فكرتك العبقرية واقعا ملموسا.

قاعدة ١١ : يكمن الفرق بين النجاح والفشل في القدرة على تفويض الأعمال غير الجوهرية للآخرين.

في كل المشروعات ودون استثناء، لا توجد أكثر من خمسة أنشطة على صانع المشروع أن يؤديها بنفسه. ركز على هذه الأعمال الجوهرية وفوض كل ما عداها للآخرين.

فكل من اعتقد قبلك أنه أفضل من يؤدي كل شيء، انتهى به المطاف إلى الإفلاس أو البحث عن وظيفة، أو الاكتفاء بإدارة مشروع صغير. عليك أن توظف الأفضل وتدفع أكثر وتطلب من العاملين أن ينتجوا أكثر مما تتوقع ومما يريدون ومما يظن الآخرون.

قاعدة ١٢ : لا تخلط بين العمل والصداقة.

عندما تصطدم مصالح العمل بالصداقة، تكون الصداقة هي الخاسرة دائما، حيث:

- تتعارض الطبيعة المباشرة للعلاقات والاتصالات في إطار العمل مع أساليب الاتصال بين الأصدقاء.
- يتطلب العمل رؤية باردة وغير متحيزة، وهو ما يتناقض مع الدفء الذي يميز الصداقة القوية.
- تكون الصراحة مرغوبة بدرجة كبيرة في مجال الأعمال، أما في الصداقة فاللباقة والكياسة هما السمة الغالبة.

عند مزاولة نشاط تجاري مع الأصدقاء، وثق كل شئ من خلال اتفاقات قانونية كما لو كنت تعمل مع غرباء. ومثلما قال روبرت فروست: "فإن الأسوار العالية تصنع جيرة طيبة". وكما يعرف المحامون فإن الاتفاقيات القانونية الجيدة تصنع علاقات عمل مثمرة وتنقذ صداقات من حافة الهاوية.

قاعدة ١٣ : لا تدخل في علاقة عمل مع شخص لا ترتاح له.

تقتضي مرحلة تشغيل المشروع تقديم الكثير من التضحيات على حساب الأسرة والصحة وراحة البال، وربما راحة الضمير. وقبل أن تقدم هذه التضحيات، يجب أن تدرس خلفيات الأفراد الذين تفكر في إقامة مشروع معهم. فإن كنت لا تشعر تجاههم بالارتياح والثقة الضمنية فأنت تصنع لنفسك مشكلات لا مشروعات.

يغمض كثير من أصحاب المشروعات عيونهم عن عيوب شركائهم، خاصة إذا كانت تربطهم علاقات صداقة أو قرابة. أحيانا يظن هؤلاء أن العمل والنجاح يمكن أن يغيرا الناس.

ولكن من تزوج من امرأة لم تكن مناسبة، أو من تزوجت من رجل غير مناسب، وكانوا يظنون أنه يمكنهم تغيير الطرف الآخر، يعرفون الآن جيدا من هو الذي تغير، وكيف تغير.

وبالنسبة للثقة، فإنك إذا سألت نفسك: "هل أثق فعلا في هذا الشخص؟" واستغرقت الإجابة بنعم أكثر من ثانية واحدة، فإن الإجابة الصحيحة تكون "كلا."

قاعدة ١٤ : لا تنظر في المرآة بحثا عن شريك.

يحاول بعض صانعي المشروعات أن يكونوا كل شيء، لكل الناس، كل وقت. ولن ينجح المشروع بدون:

١. شخص يركز على المبيعات وتوليد أعمال جديدة.

٢. شخص يعتني بالتفاصيل ويتأكد من إنجاز كل الأعمال والوفاء بكل الالتزامات.

وهاتان مهاراتان مستقلتان عن بعضهما، بمعنى أنه لا يمكن لشخص واحد أن يمتلكهما معا. وهنا يستعين رجال الأعمال بشخص يثقون فيه، وتتوفر لديه المهارات التي تنقصهم.

وثمة قاعدة أساسية في علم النفس الاجتماعي مفادها أننا ننجذب لمن يشبهوننا. غير أن هذه النزعة يجب أن تقاوم في مجال الأعمال. فالقرار الواقعي هو أن تستعين بمن لا يشبهك، لكي تكون معه فريقا متكاملا.

قاعدة ١٥ : ليس من السهل ترجمة خبرتك في الشركات الكبرى إلى نجاح في المشروعات الصغرى.

الخبرة المكتسبة من العمل لدى شركة كبرى لا تهيئ صاحبها دائما للتعامل مع الواقع القاسي عند بدء مشروع تجاري جديد. التقشف وشد الأحزمة والاعتماد على الذات من مرتكزات نمو المشروعات في مراحلها الأولى، وهي تختلف عن طرق إدارة الشركات الكبرى.

الخبرات السابقة يمكن أن تكون نافعة بدرجة كبيرة إذا تم استثمارها بذكاء يتناسب مع متطلبات المشروع الجديد. لكن من الخطأ أن نأخذ النجاح السابق كمقياس أو أساس لإدارة المشروع الجديد.

قاعدة ١٦ : تعلم أن تقلق بشأن الدوافع الخفية لشركائك.

يمكن أن يؤثر الحماس الذي يصاحب انطلاق المشروعات على قدرتك ورغبتك في سبر أغوار الآخرين ويدفعك للتغاضي عن المثالب والعيوب.

عليك أن تدرك أن الوقت المناسب للمفاتحة والمصارحة هو عندما:

- تشعر برغبة جامحة لبيع حصة من مشروعك لشخص لم تعرفه جيدا.
- يعرض عليك شخص ما أن يدخل شريكا في مشروعك بشروط مغرية لك.
- تخشى الحديث مع شركائك عن تصرفاتهم المعوقة للإنتاج لأنك لا تود جرح مشاعرهم.
- عندما تصبح الحياة العملية والشخصية لك ولشريكك في العمل متشابكة لدرجة تجعل من المستحيل معرفة أين تنتهي واحدة وأين تبدأ الأخرى.

الفصل بين العواطف والمنطق يعد واحدا من التحديات الصعبة التي تواجه المشروعات، رغم أن هذا الفصل يجب أن يحتل قمة أولوياتك قبل أن تجازف بمدخراتك وعلاقاتك.

قاعدة ١٧ : لا تقم مشروعا لا تستطيع خدمته بحماس.

الحماس هو الأساس. هذا الحماس مطلوب لإقناع الموظفين والممولين والمنافسين والبائعين والمشترين. فهو ضروري للإنتاج كما هو ضروري للبيع. يجب أن يشتعل قلبك حماسا ويتألق روحك توهجا وتتقد عيناك بالبريق وأنت تتحدث عن مشروعك لأي إنسان كان.

إدارة الأعمال مثل خوض الحروب، حيث تذهب الغنائم لمن هو أكثر جرأة وإقداما. وهؤلاء هم عادة نفس الأفراد الذين يمضون في البيع حتى بلوغ ذلك الخيط الأخلاقي الرفيع الفاصل بين التسويق المتفائل والغش الصريح. وعند هذا الحد تماما يجب أن يتوقف حماسك.

فكما لا يجب أن تخلط بين العواطف والمنطق، لا يجب أيضا أن تخلط بين الحماس والتهور. يقول أبراهام لنكولن: "تستطيع أن تخدع كل الناس لبعض الوقت، وتستطيع أن تخدع بعض الناس كل الوقت، ولكنك لا تستطيع أن تخدع كل الناس كل الوقت".

قاعدة ١٨: لا ترفض التعاون مع ممول لأنه خالف توقعاتك.

قد لا تتمكن من معرفة كل من يريد المساهمة في مشروعك عن كثب. ولكن كما نصحناك ألا تتعجل في الموافقة، عليك أن تتعامل مع كل العروض بنية حسنة وعقل مفتوح. ومن الأفضل أن تجرب الممولين وأنت في وضع مالي جيد، حتى لا تضطر للخضوع لشروطهم في أوقات الأزمات.

من الناحية العملية يجب أن تعتبر الممولين والمستثمرين شركاء فعليين. تعامل مع كل مستثمر يمولك على أنه شريك فعلي في أعمالك. إلا أن البنوك تتصرف على نحو مختلف عن شركات التمويل والشركات القابضة. وقد يكون التعامل معها أسهل أو أصعب من الممولين الأشخاص تبعا لظروف كل منشأة ورؤية إدارتها، وتبعا لشخصية الممول الفرد أيضا.

وفي كل الحالات عليك أن تعرف كيف تحكم على مصدر النقود التي تجتذبها وشخصية المؤسسة التي تمولك. فشخصية النقود ومصادرها لا تقل أهمية عن شخصية الأفراد الذين يقدمونها أو الذي يديرونها.

قاعدة ١٩: عندما لا يتقدم للتمويل سوى مستثمر واحد، فلن تنال إلا مزادا قصيرا مثل عمر الشركة.

من المهم أن تجتذب أكثر من مستثمر لتمويلك. وكلما زاد عدد الراغبين في التمويل، كلما ارتفعت أسهمك. هذا يعني ألا تقبل أول عرض يقدم لك، وألا تبالغ في الإعلان عن كم العروض التي تتلقاها كل يوم. فالنزاهة والمصداقية هما الأساس الذي تقوم عليه المؤسسات الكبيرة.

أبلغ المستثمرين المرتقبين أنه عليهم أن يتقدموا بعروضهم في موعد محدد. هذا يعني ضمنا أن هناك أطرافا أخرى تسعى وراء نفس الفرصة، وأن الشروط المطروحة منطقية وتنافسية في نفس الوقت. وفي كل الأحوال، ليس عيبا أن ترتقي بقيمة أسهمك ثم تنجح في التفاوض للحصول على المزيد من التمويل، أو طرح أسهم شركتك للجمهور وتمكين المساهمين من جني عائد ضخم على استثمارهم السابقة واللاحقة.

قاعدة ٢٠ : لا تلجأ للقضاء مهما كنت واثقا من عدالة قضيتك.

تجنب اللجوء للقضاء وكأنه طاعون قاتل. عندما تظن بأن قضيتك عادلة، وتشعر برغبة قوية في اللجوء للقضاء، لا تفعل ذلك حتى لو كنت تهيم حبا بمحاميك وتريد مساعدته ماليا حتى يتخرج كل أبنائه في الجامعة.

حاول التوصل لحل يرضي الطرفين قبل أن تبدأ عدادات المستشارين القانونيين في العمل. ركز على الحل العملي لا على الحل القانوني. وإذا شعرت برغبة ملحة في الاستعانة بمحامي، فافعل ذلك لكي يساعدك على الخروج من المأزق وتجنب اللجوء للقضاء.

حتى وإن بلغ السيل الزبى، عد إلى مائة ثم إلى مائة ألف قبل أن تتصل بمحاميك. قارن بين مزايا وعيوب التقاضي وابحث عن حل عملي لمشكلاتك. فإن لم تجد حلا، ابتلع كبرياءك واصمت، واطلب العوض وحسن الختام من الله سبحانه وتعالى. ثم تابع حياتك بذكاء. لأنك تكون بهذا أذكى من الخصم ومن المحامي ومن القاضي ومن كل الذين كسبوا قضاياهم بعد أن خسروا أموالهم وأعمالهم.

قاعدة ٢١: لا توجد علاقة بين الاتفاقيات المكتوبة وما يفعله الناس فعلا.

ليس العقد أكثر من تذكرة دخول لقاعة محكمة. فهو يفيد في توضيح بعض الغموض، لكنه يعجز هو ومن وراءه عن إعادة الحق إلى نصابه.

لا ينبغي أن تقيم علاقاتك على أساس العقود. انفق وقتا أقل وأنت تراجع ما هو مدون على الورق ووقتا أطول في القلق بشأن ما يمكنك أن تفعله لبلوغ نتائج تعود بالنفع على طرفي العقد.

من الصعب إثبات أية مخالفات لما يكتب في العقود مهما كانت الحقائق صارخة وواضحة. ويبقى الحصول على تعويضات أو أموال لتغطية أتعابك القانونية أقرب للمستحيل. وبدلا من محاولة تطبيق أي عقد موقع عليك أن تسعى لإرضاء شركائك وكن على استعداد للتكيف مع الظروف، ولسوف تجد أن هذا الأسلوب أجدى من اللجوء إلى القضاء.

الناس هم الذين يصنعون الاتفاقيات وليس العكس، وعندما تتوافر لديهم الرغبة فإنهم يلتزمون بخصوص ما يوقعون عليه. فالنزاهة ودستور الأخلاق هما العقد الوحيد الملزم في هذا العالم. كما أن مخالفات العقود هي جزء لا يتجزأ من عالم الأعمال. وما وجدت العقود والعهود والقيود في هذا العالم إلا لتتم مخالفتها.

قاعدة ٢٢: اقرأ كل ما توقع عليه

لا تعامل نفسك كما تعامل الآخرين. عزوفك عن اللجوء للقضاء لا يعني عزوف الآخرين. لا توقع على ورقة إلا بعد أن تقرأها. فبعد التوقيع تتقلص خياراتك وتتحدد قراراتك. اترك لنفسك دائما، هامشا للمناورة والتراجع عند الضرورة.

كما أن توقعك بأن الآخرين قد لا يحترمون اتفاقياتهم لا يعطيك أي نوع من الحق لتفعل ذلك. فقد يضع القدر في طريقك شخصا يدفعه جنونه إلى رفع دعاوى قضائية ضدك يمكن أن تعرضكما معا للإفلاس في نهاية الأمر. فلا تعط فرصة لأحد كي ينال منك.

قاعدة ٢٣ :لا تفقد موضوعيتك، فما تبنيه هو مجرد مشروع لا أكثر ولا أقل.

رغم أن الحماس والانفعال أمران جوهريان، إلا أن الارتباط العاطفي الزائد بالمشروع ليس كذلك. فالمشروع لا يعرف من هو مالكه، ولا يشعر بالإساءة عندما يباع، فالمشروع مجرد وسيلة لتحقيق غاية.

معظم أصحاب المشروعات عاطفيون رغم أنهم يعلمون أن العواطف لا تنسجم مع العمل. لا بد أن يشعر صاحب المشروع برابط عاطفي تجاه عمله، لكنه يجب أن يتصف بالهدوء ورباطة الجأش وبقدر هائل من التأني والموضوعية والتحفظ. ففي كل المباريات الرياضية، يكتب الفوز دائما للفريق الأكثر حماسا من الخارج وهدوءا من الداخل.

قاعدة ٢٤ : تأكد من أن عوائد المشروع تتناسب مع المخاطر التي ينطوي عليها.

إذا لم يكن العائد المتوقع مجزيا، فالأفضل أن تعمل لحساب شخص آخر من التاسعة صباحا حتى الخامسة مساء، وتمارس بقية حياتك بصورة طبيعية.

ورغم أن فكرة امتلاك مشروع خاص مغرية للغاية، إلا أنها أحيانا لا تفي بالتزاماتك. ومن العجيب أن نرى أصحاب مشروعات ينفقون عمرهم في العمل ثمانين ساعة في الأسبوع لقاء عائد لا يزيد على ٣٠ ألف دولار أو مائة ألف جنيه في السنة. من المؤكد أن أحوالهم يمكن أن تكون أفضل لو عملوا في المبيعات أو في إدارة أقسام صغيرة في شركات كبرى.

نحن لا نقصد بهذا أن المشروعات الخاصة هي مجرد حسابات ومكسب أو خسارة. ولكن يجب أن تتناسب العوائد التي تحصل عليها مع الجهد الذي تبذله في سبيلها. فهناك وسائل كثيرة لكسب مبالغ قليلة دون المخاطرة في استثماراتك وفي علاقاتك وفي حياتك كلها.

قاعدة ٢٥: اسمع من أعدائك أكثر مما تسمع من أصدقائك.

العدو يقول لك الحقيقة، على شكل رأي أو اختلاف في وجهات النظر أو من خلال صرخات غاضبة. أما الأصدقاء أو من تظنهم كذلك، فهم يسمعونك ما تود سماعه. الصديق الصدوق فقط هو الذي يقول لك الحقيقة مثلما يفعل العدو. إلا أن الصديق يفعل ذلك من منطلق الحب والحرص على مصلحتك.

نحن لسنا أعداءك ولا أصدقاءك. نحن طرف محايد، لا نعرفك ولا تعرفنا. فلم نقدم لك الكلمات المنمقة والنصائح المنسقة. ولم نرد أن نرضيك أو نغضبك. كما أننا لسنا ضد المثالية والطروحات الأخلاقية. لكننا نؤمن بأن النصيحة "التي تشعرك بالارتياح" لن تساعدك على التعامل في أسواق اليوم المعقدة والمركبة.

لم يقل أحد من قبل أن عالم المشروعات الخاصة عالم صديق وودود ونظيف وجميل. بل إن العكس هو الصحيح غالبا. فهو عالم مفعم بالقسوة والشراسة، حيث يغلب فيه القوي الضعيف. وفي هذا العالم تصير حياة المشروعات سيئة التخطيط، كما يقول الفيلسوف (توماس هوبز)، حياة معقدة ووحشية وقصيرة."

فهرس الخلاصة

بيانات الكتاب

Title: Money Hunt
Author: Miles Spencer & Cliff Ennico
Publisher: Harper Business
Pages: 284
Date: 1999
ISBN: 0-06-661995-5